

החשיפה לתעמולה ועיתוי ההחלטה האלקטורלית*

בפתח החוברת קבענו, שאחד המאפיינים של הבחירות לכנסת העשירית היה ההתמקצעות הגוברת של מסע הבחירות. הדבר התבטא כצפוי בעלייה ניכרת של הוצאות הרשימות במהלך המערכה. מסע הבחירות לכנסת העשירית היה לא רק מקצועי יותר מכל קודמיו, אלא גם היקר ביותר מכולם. דבר זה אפשר ללמוד גם מדו"ח מבקר המדינה, שהתפרסם ב-15.3.82. המבקר מתייחס רק למאה הימים שלפני הבחירות ואינו עוסק בסיעות שלא עברו את אחוז החסימה או בארגונים המסונפים או באגודות אזהדים, שפעלו לטובת רשימות ומועמדים במהלך מערכת הבחירות. לפי דו"ח זה, הוציאו עשר הסיעות בתקופה הנידונה למעלה ממאה ושמונים מיליון שקלים. חמש סיעות — הליכוד, המערך, התחיה, תל"ם ותמ"י — חרגו מן המותר בחוק כפי שהיה בתוקף בעת הבחירות ביותר משמונים מיליון שקלים. סכומי התריגה גדולים אף יותר, אם יובאו בחשבון הוצאות הארגונים המסונפים (הארץ, מיום 16.3.82).

ככל שמסע הבחירות הולך ומתייקר כן מתהדדת השאלה בדבר היעילות וההשפעה של המערכת, ושל התעמולה בפרט, על כוונת הבוחר. על חשיבות השאלה אפשר ללמוד גם מן העובדה שמאז מתקדם התלוצצי של לורספלד ועמיתיו (1944), אשר הצביע על משקלם הצנוע של אמצעי התקשורת התמונניים בעיצוב ההעדפה האלקטורלית, לא חדלה הסוגיה להעסיק חוקרים ולהניב ממצאים — על-פי רוב ממצאים הסותרים זה את זה. כ"ץ (1980) מונה שמונה אסכולות-מחקר בתחום חקר ההשפעה הנידונה והוא מסכם שהנטייה הנוכחית שונה מזו ששלטה בשנות הארבעים והחמישים: מחקרי עידן הטלוויזיה מחזירים לאמצעי תקשורת התמונניים את האשראי שנשלל מהם. הם מייחסים לאמצעי התקשורת יכולת השפעה על הצרכן-בוחר, הגם שהתוכחה עדיין אינה משכנעת לחלוטין.

על כן נראה, שכל עוד לא תמצא דרך אשר תצביע בצורה חד-משמעית על השפעתם, המעטה או הרבת, של אמצעי התקשורת על העדפת הבוחר, ימלאו התחושות האינטואיטיביות חלק נכבד בשימוש האלקטורלי שעושים בהם הפוליטיקאים ועוזריהם ערב הבחירות. מבחינה זו, הנתונים שיוצגו ברשימה זו עלולים יותר לתרום למבוכה הקיימת בתחום זה מאשר להעניק תשובה חד-משמעית. הסיבה העיקרית לכך נעוצה לא רק

* הנתונים למאמר זה ולסקירה הפותחת חוברת זו נאספו במסגרת מחקר משותף עם פרופ' עמנואל גוטמן וד"ר אברהם דיסקין, אשר מומנו מקרן אדנאור. תודתי לגב' טלי הלמיש על סיועה המסור בהכנת המאמר והסקירה.

במצב הכללי של תקר הסוגיה, כי אם גם במטרה העיקרית של המחקר, אשר ביקש להוסיף נתונים עדכניים על אלה שהצטברו ממערכות בחירות קודמות. עד כמה נחשף הציבור לתעמולת הבחירות של המפלגות? מדוע נחשפים או לא נחשפים לתעמולת הבחירות? עד כמה סייעו או לא סייעו המסרים התעמולתיים לבוחרים לעצב את העדפתם האלקטורלית? שאלות אלה הושאלו, כפי שנבהיר בהמשך, ממחקרי בחירות שנערכו בישראל בעבר, ואילו במחקר זה ביקשנו לערוך רק השוואה בין המערכות השונות ולעמוד על התמורות שחלו בנושאים אלה במשך השנים. דווקא משום שהתמקדנו בהשוואה עם מערכות בחירות קודמות, דהיינו בהשוואה בין הנתונים שנאספו בעבר לנתונים דומים של מערכת הבחירות לכנסת העשירית, נאלצנו להישאר גאמנים לשאלות של מחקרים בעבר, למרות שהדבר בא על חשבון התעלמות מאסכולות מחקר חדשות שהתהוו בשנים האחרונות. הנתונים שאנו מביאים במאמר זה נאספו במהצית חודש יוני 1981, שבועיים לפני הבחירות.¹ גישת "השימושים והסיפוקים" (בלומלר וכ"ץ, 1974), שהינתנה את המחקרים הישראלים במערכות קודמות, הוסיפה, כאמור, להנתח את ניתוח הנתונים ופירושים גם הפעם.

החשיפה לתעמולת בחירות ומניעי החשיפה

נתוני הסקר של 1981 מלמדים, שהחשיפה לתעמולת המפלגות התרחבה ובצדה חלו שינויים במניעי החשיפה של הבוחרים. למעלה ממתצית המרואיינים (60%) הודו כי הם מתעניינים ועוקבים אחרי מערכת הבחירות המתנהלת באמצעי תקשורת ההמונים — העיתונות, הראדיו והטלוויזיה. מן הראוי להדגיש, שמערכת הבחירות מרתקת יותר דווקא את הבוחרים שכבר התליטו על אופן הצבעתם; כמהצית מבין המהססים, לעומת שלישי מן המחליטים, השיבו כי הם עוקבים מעט, או שאינם עוקבים כמעט כלל, אחר מהלך המערכת באמצעי התקשורת. 70% השיבו, שמערכת הבחירות אינה מסייעת ואינה מפריעה להם לגבש את העדפתם, ואילו היתר התפלגו בין שתי התשובות הקוטביות; 17% אמרו שהם נעזרים במערכת הבחירות לצורך גיבוש התחלטה ושיעור דומה (14%) טענו כי זו דווקא מפריעה להם.

את עיקר המאמצים לשכנע בוחרים השקיעו המפלגות בתעמולה בטלוויזיה, במשדרים שהוקרנו מדי ערב, בהתאם לחוק — המקציב לכל סיעה זמן אחד מינימלי וזמן פרופורציונלי נוסף לפי הייצוג בכנסת היוצאת. מנתוני הסקרים מתברר, שמספר הצופים במשדרים הללו, במערכת הבחירות של 1981 היה גדול משלושה רבעים, יותר ממספרם במערכת הבחירות הקודמת, ב-1977 (השוות: אליצור וכ"ץ, 1978). כנראה, שפיזור המשדרים של שתי המפלגות הגדולות על-פני שלוש יחידות מדי ערב מנע חשיפה סלקטיבית לשידורים.² שכן רק אחוז אחד בלבד מן הנשאלים השיב שהוא צופה רק בשידוריה של המפלגה שבה הוא תומך ואחוז נוסף השיב שהוא צופה רק בשידוריהן של המפלגות שבהן אינו מצדד. קרוב לשני שלישים השיבו, שהם צופים בשידוריהן של כל המפלגות. אפשר ששיעור הצפייה הגבוה נעוץ בפורמט המעורב "הקוקטייל" של המשדרים: משדר של הליכוד הוקרן לאחר משדר של המערך ולהפך. בדרך זו נמנע מן הצופים לטפח חשיפה סלקטיבית לתכנים תעמולתיים, אך הדבר גם גרם שהצפייה התרחב למשדרי התעמולה של מפלגות אחרות. 13% מן הנשאלים מסרו על צפייה בתלק מן השידורים ורק 17% דיווחו על הימנעות

מוחלטת מחשיפה למשדרי התעמולה. אותן מגמות שנתגלו בעבר באשר לחשיפה כללית למערכת הבחירות חוזרות גם לגבי החשיפה למרקע; דווקא המהססים (54%) והממאנים להתראיין (57%), שאליהם מכוונת התעמולה האלקטורלית בעיקרה, ממעטים להיחשף למשדרי המפלגות, בהשוואה לאלה שכבר החליטו כיצד להצביע, ש-35% מהם נותנים כך. למעלה משלושה רבעים מבין הנשאלים (78%) טענו כי משדרי התעמולה בטלוויזיה אינם מסייעים להם להחליט עבור מי להצביע, מספר העולה על אלה שהתבטאו כך לגבי מסע התעמולה באמצעי תקשורת ההמונים בכלל. אלא שנתון זה צריך להתפרש כעדותם הסובייקטיבית של הבוחרים, ואין בו כדי להורות על תמונה עובדתית כלשהי (ראה בסוגיה זו אלול, 1973: 259—277).

פרטים על הסיפוקים שמפיקים הצופים ממשדרי התעמולה, על מגיעי החשיפה אליהם, הצטברו מארבע מערכות בחירות. בבחירות לכנסת השביעית, ב-1969, ניצלו המפלגות לראשונה את המרקע על-מנת לגייס תמיכה אלקטורלית. מועמדי הרשימות ניצבו מול המצלמות ודיברו אל הבוחרים, אולי משום שטרם ידעו כיצד לנצל את המדיום החדש ויועצים כמעט שלא היו בנמצא כדי ללמדם. אלא שגורביץ' (1972) השכיל לבדוק את סיפוקי הצופים. שתי שאלות עיקריות הוצגו בפני הנחקרים—האחת לנחשפים לתשדירי התעמולה והשנייה לאלה שאינם נחשפים להם. כל נחקר התבקש לציין את הסיבה לחשיפה, או להימנעות ממנה. במערכת הבחירות לכנסת השמינית, שהתקיימה לפני ואחרי מלחמת יום הכיפורים, הגיעו המפלגות לידי הסכם ביניהן שלא להקרין סרטים ולהסתפק שוב, למרות האפשרות שכבר היתה בידיהן, בשיחות לפני המצלמות (כהן וליבן, 1975). רק בבחירות לכנסת התשיעית, ב-1977, נוצלה הטלוויזיה על מלוא הפוטנציאל שלה, כאשר שתי המפלגות הגדולות, וגם אלה מבין הרשימות הקטנות שהיו בעלות אמצעים, העסיקו חברות הפקה ויועצים לעשיית סרטים ותשדירי תעמולה (אנסקל, 1978). פרי (1975) חזר ושאל שאלות דומות על סיפוקי הצופים ממשדרים אלה ביחס לכנסת השמינית ואילו אליצור וכו"ץ עשו כן בנוגע לבחירות לכנסת התשיעית. על כן, כדי לאפשר השוואה, הורגו על אותן שאלות בסקר 1981, אלא שבעת ההשוואה סיווגנו את הסיבות לארבע קטגוריות עיקריות (ראה לוחות 1 ו-2 להלן): סיבות "אינפורמטיביות", כאשר החשיפה מגומקת ברצון לקבל מידע מגוון על המנהיגים, המפלגות והמצעים (1—3 בלוח 1); סיבות של "היוזוק", כאשר הצפייה מיועדת לתוק עמדות קיימות (4—5 בלוח 1); סיבות "בידוריות", כאשר הצפייה נובעת מרצון להשתעשע (6—7 בלוח 1); סיבות "טכניות", כמו "המקלט נשאר פתוח", "אין ברירה משום שזוהי התחנה היחידה הנקלטת" וכו' (9 בלוח 1). המגמה העיקרית והבולטת בתשובות הצופים לאורך השנים היתה הדגשה גוברת של סיבות "בידוריות" והתמעטות התשובות של הסיבות "האינפורמטיביות" כגורם לחשיפה. למרות שהמגמה המוזכרת הסתמנה לאורך ארבע מערכות הבחירות, נראה שבכל זאת תל מפנה בין שתי המערכות האחרונות. קרוב למהצית מן הנחקרים בבחירות לכנסת השביעית אמרו שהם צופים בשידורי התעמולה מסיבות "אינפורמטיביות" ורק קצת יותר משליש השיבו כך בבחירות הנוכחיות (ראה לוח 1). ראוי לציין, שבכל מערכות הבחירות היה שיעור הנחקרים שהצביע על השידורים כ"מדריך להצבעה" נמוך, אלא שמספרם ירד מ-11% במערכת הקודמת ל-2% בלבד בבחירות לכנסת העשירית (8 בלוח 1). שינויים אלה מוסברים בתלקם בתמורות שחלו בתעמולת הבחירות. ככל שהתמקצה התעמולה והדגישה יותר מסרים מניפולטיביים ובידוריים, כן גברה ההתייחסות בציבור

לוח 1

סיבות לצפיה בשידורי התעמולה בטלוויזיה (באחוזים)

סיבות	1969	1973 לפני אחרי	1973 אחרי	1977	1981
1. להכיר את המנהיגים הפוליטיים	19	10	11	10	4
2. להכיר את התכניות הפוליטיות של המפלגות	18	21	21	23	19
3. להיות מעודכן במצב הפוליטי הכולל	11	14	12	11	14
סה"כ סיבות "אינפורמטיביות"	48	45	44	44	37
4. לעמוד על עמדת המפלגה שאני חבר בה או אהד אותה	5	9	8	10	1
5. לשמוע נימוקים על מנת שישמשו לי נשק בוויכוח פוליטי	4	2	4	3	4
סה"כ סיבות "חיוק"	9	11	12	13	5
6. אני נהנה מן המאבק והוויכוח הפוליטי	9	10	9	16	33
7. להעריך סיכויי הצלחה של המפלגות	3	3	3	3	2
סה"כ סיבות "בידוריות"	12	13	12	19	35
8. להבהיר לעצמי במי לבחור	10	9	8	11	2
9. זה השידור היחיד שאני יכול לקלוט בטלוויזיה באותו זמן	21	22	24	12	22

אליה כמספקת צרכים בידוריים³. ואמנם, העלייה בציון הסיבות "הבידוריות" ניכרת בעיקר בין הבחירות לכנסת השמינית ובין הבחירות לכנסת התשיעית, כאשר חל מעבר ברור לשידורי תעמולה מקצועיים יותר⁴.

גם הסיבות לאי-השיפה לשידורים השתנו לאורך זמן ואין זה מן הנמנע, שהדבר אירע בהשפעת התמורה בתעמולה האלקטורלית: 32% בבחירות האחרונות, לעומת 4% עד 6% בשלוש המערכות הקודמות, נימקו את אי-השיפתם למשדרים ברצונם להימנע מצפייה במשדרי התעמולה או בהתנגדותם להם (7—8 בלוח 2). האופי המתוחכם והנימה המגיפוליטיבית השקופה של התעמולה מעוררים כנראה התנגדות גוברת למסרים של המפלגות. זאת ועוד, הירידה בציון ה"סיבות האינפורמטיביות" כגורם לצפייה נובעת כנראה אף היא מן השינויים שחלו בסגנון בתעמולה לאורך השנים.

לוח 2

סיבות להימנעות מצבייה במשדרי תעמולה בטלוויזיה (באחוזים)

סיבות	1969	1973 לפני א'א'	1973 אחרי ב'ב'	1977	1981
1. איני מתעניין בפוליטיקה	22	18	16	13	5
2. מעדיף בידור בטלוויזיה	15	7	13	9	18
סה"כ סיבות של "חוסר עניין"	37	25	39	22	23
3. איני מאמין לטענות המפלגות	11	18	13	11	7
4. חלק מהמועמדים אינם מתייחסים ברצינות לקהל	4	6	6	11	7
5. אין להם שום דבר חדש לומר לי	13	17	18	18	11
6. לעתים קרובות קשה לי להבין מה שהמועמדים רוצים להגיד	2	6	4	5	3
סה"כ סיבות של "אי-אמון בפוליטיקה"	30	47	41	45	28
7. איני אוהב שפוליטיקאים יסדרו אותי	3	4	3	5	23
8. איני רוצה לפתות את ביתי לתעמולה פוליטית	1	2	2	1	9
סה"כ סיבות של "התנגדות לתעמולה"	4	6	5	6	32
9. כבר החלטתי במי לבחור ואין לי צורך להסתכל	29	21	26	27	18

מערכת הבחירות והחלטת הבחור

אינדיקטור שכיח להערכת ההשפעה של מערכת הבחירות, ובכלל זה של התעמולה האלקטורלית על הבחור, הוא — שיעור המחליטים עבור מי להצביע במהלך מסע הבחירות עצמו. לעתים עלול אינדיקטור זה לתסכל את מנהלי המערכות האלקטורליות, משום שמתברר, ששיעור ניכר של הבוחרים קובע את הצבעתו עוד בטרם התלה המערכה וללא קשר אליה (כ"ק, 1971). מנתונים מצויים בידינו לגבי שלוש מערכות בחירות רצופות מתברר, ששיעור ניכר, אם כי שונה, של בוחרים החליט סופית כיצד להצביע בזמן מערכת הבחירות. בכל אופן, במערכת הבחירות האחרונה היה שיעור המחליטים בשלבים המאוחרים של המערכה נמוך בהשוואה לשתיהן מערכות הבחירות הקודמות. על-פי סקר שנערך בערך שבועיים לפני הבחירות האחרונות, בין ה-14 ל-18 ביוני 1981, רק כחמישית מן הבוחרים השיבו שגיבשו את הצבעתם בשלושת החדשים שלפני הבחירות, בהשוואה ל-55% שהשיבו ב-1977 כי החליטו על אופן הצבעתם חודש לפני הבחירות, ול-35% שהשיבו כך ב-1973 (אליצור וכ"ק, 1980: 235—236). בניגוד לרושם של ניידות רבה, שיצרו סקרי דעת הקהל שהתפרטמו בעיתונות היומית, העידו 58% מן הנשאלים שהחליטו על אופן הצבעתם "לפני כחצי שנה ומעלה". 7% בלבד אמרו שגיבשו את

לוח 3

זמן ההחלטה עבור מי להצביע (באחוזים)

הצבעה לכנסת העשירית	לפני חצי שנה ומעלה	לפני שלושה חודשים	לפני חודש	בשבועות האחרונים	גורם החלטתי	מספר המצביעים
סתייג*	58	7	6	8	22	1,111
ליכוד	68	10	9	8	6	408
מערך	78	7	3	6	7	274
אגודת ישראל	97	0	0	0	3	29
מפד"ל	89	0	0	8	3	37
לא התליתו**	1	0	1	3	95	139
מסרבים להשיב	45	8	3	5	39	75

* כולל את כל המפלגות.

** נראה שחלק מן המהססים "החליטו" במהלך הראיון.

הצבעתם לפני הבחירות להסתדרות, 6% — לפני חודש ו-8% — בשבועיים האחרונים, כלומר בשלב הסיום. 22% מן הנחקרים עדיין התלבטו וטרם קיבלו החלטה — שבועיים לפני הבחירות.

המצביעים למפלגות הדתיות התגלו, כצפוי, כנאמנים וכהחליטים ביותר. 89% ממצביעי המפד"ל וכמעט כל המצביעים לאגודת ישראל החליטו על אופן הצבעתם שישה חודשים ויותר לפני הבחירות (ראת לוח 3). הליכוד הצליח, מעט יותר מאשר המערך, לשכנע בוחרים פוטנציאליים במהלך המערכה לתמוך בו; והראיה, 68% מבין בוחרי הליכוד לעומת 78% מבין בוחרי המערך גיבשו את הצבעתם חצי שנה ומעלה לפני הבחירות. במקביל החליטו 27% מבוחרי הליכוד ו-16% ממצביעי המערך לתמוך במפלגותיהם בשלושת החודשים האחרונים למערכת. כנראה, שלמדיניות האלקטורלית של הממשלה, ל"שביית הנשק" בין השרים, אשר תדלו לנגח איש את רעהו באמצעי התקשורת, ולאקלים הבחירות הכללי היתה השפעה על השיפור שחל בהערכת תפקודה של הממשלה, גם אם לא נוכל להוכיח זאת באורח סיבתי. אם בהודש ינואר הייבנו רק 14% את טיפולה של הממשלה בבעיות השעה, אזי שיעור התמיכה גדל פי שלושה, שבועיים לפני הבחירות, כאשר 45% היו בדעה זו (ראת לוח 4). מעניין, שבחודש מארס נותר שיעור התמיכה בממשלה נמוך (20%) ורק בחודשים מאי ויוני הורגשה התאוששות ושיעור התמיכה עלה ל-33% ומעלה.

שני הסברים מוצעים לתמורה שחלה בהערכת הציבור את תפקודה של הממשלה. יש המעריכים כי למדיניות הכלכלית של יורם ארידור יש יד בדבר, אחרים מבטלים את חלקה של "כלכלת הבחירות" בשיפור שחל בהערכת ומייחסים אותו למתח הביטחוני (פרשת הטילים), תמפוש באופירה והפצצת הכור הגרעיני בעיראק. ואמנם, לפי נתוני לוח 3

לוח 4

תמורות בהערכת הציבור את תפקוד הממשלה במהלכן של המערכות לכנסת התשיעית ולכנסת העשירית

תאריך הסקר	האירוע	מחויבי תפקוד הממשלה (באחוזים)
22—26.12.76	התפטרות הממשלה	21
12—18.1.77		19
23—27.2.77	האשמות יח'ל'ן כלפי ראש המערך במשפטו	24
10—14.3.77	רבין מבקר בארצות הברית	19
24—26.4.77	רבין יוצא לחופשה בגלל השבון הדולרים	18
4—5.5.77	כשבועיים לפני הבחירות	18
18—19.6.77	לאחר הבחירות. בגין מודיע על מינוי משה דיין לשר החוץ	17
28—30.6.77	ממשלת בגין הושבעה	60
7—15.1.81	משבר המורים, שר האוצר מתפטר, הממשלה מאמצת את דו"ח עצינוני	14
12—25.1.81	אחרי התחלטה להקדים את הבחירות	14
11—16.2.81	ארידור מופיע בטלוויזיה, שבוע אחרי מדיניות "הטלוויזיה הצבעונית" — "הלב והשכל"	19
11—16.3.81	נפלה הצעת החוק לסיפוח רמת הגולן, פרשת נאור, לוינסון לא יהיה שר האוצר, אולי בן-שחר, לפני הבחירות להסתדרות	20
10—13.5.81	אחרי יום העצמאות, בעיצומה של פרשת הטילים	33
1—4.6.81	חודש לפני הבחירות, מפגש אופירה, "מזג האוויר לא איפשר השמדת הטילים"	39
14—18.6.81	שבוע אחרי הפצצת הכור, גילויי אלימות באסיפות הבחירות	45
5—9.7.81	אחרי הבחירות	40

המקור: הסקר השוטף של המכון הישראלי למחקר חברתי שימושי והמכון לקומוניקציה באוניברסיטה העברית.

חלקם של המשיבים שהחליטו להצביע עבור הליכוד כחודש לפני הבחירות (בעיצומה של פרשת הטילים) עלה על חלקם של המשיבים שהחליטו להצביע עבור המערך: 9% לעומת 3% בהתאמה. בכל אופן, אין להוציא מכלל אפשרות שלמדיניות ארידור היתה השפעה מצטברת והיא אחראית להשבת כוהלים לליכוד לא פחות מאשר האירועים הביטחוניים המאוחרים יותר.

סיכום: "הסגנון החדש" ממסע הבחירות

מסע הבחירות לכנסת העשירית דמה יותר מקודמיו למערכת אלקטורלית מקצועית המקובלת כיום במרבית הדמוקרטיות המערביות. מערכת בחירות כזו מתאפיינת בעיקר ב"סגנון החדש" (אגרוף, 1972), אשר מרכיביו ייחדו יותר מכל את מסעיהן של שתי המפלגות הגדולות — הליכוד והמערך. מרכיבים אלה הם:

- א. בניהול מערכת הבחירות ובקביעת האסטרטגיה האלקטורלית הועסקו אנשי מקצוע, בעיקר בעלי ניסיון בתחום השיווק הכלכלי.
- ב. כתוצאה מכך, נתגלעו חילוקי דעות צפויים מראש בין אנשי המקצוע ובין הפוליטיקאים, בעיקר בנוגע לסגנון ולדרך הצגת המסרים התעמולתיים לציבור.
- ג. התעמולה האלקטורלית התמקדה באמצעי תקשורת ההמונים, ובעיקר בראדיו ובטלוויזיה, על חשבון אמצעי התקשורת הבינאישיים.
- ד. השימוש האינטנסיבי באמצעי תקשורת ההמונים הביא לייקור התעמולה האלקטורלית ומסע הבחירות בכלל, במיוחד משום שבבחירות 1981 נוסף גורם חדש – שידורי צבע בטלוויזיה.
- ה. ככל הנראה, עקב המעורבות של אנשי מקצוע והשימוש באמצעי תקשורת המונים, פחת במידה ניכרת, וצפויה, משקלם של מנגנוני גיוס מסורתיים של תמיכה פוליטית, כגון מוסדות מפלגה על סניפיהם הרבים.
- ו. הדירתם של אנשי המקצוע למטות הבחירות הטביעה את חותמה על מסרי התעמולה. בעטים גברה בולטותם של אלמנטים אישיים במסרי התעמולה, כגון כישורי המועמד על תכונותיו והישגיו. מבדיקות נוספות מתברר, שהדגשתם של אלמנטים אישיים לא באה על חשבון, אלא בצד, העלאתם של נושאים שנויים במחלוקת.
- ז. אימוץ "הסגנון החדש" במסע הבחירות בישראל היה מלווה בריבוי גיסיונות של מגיפולציות פוליטיות, בעיקר בעזרת שימוש בסקרי דעת קהל, ובפירושם ובפרסומם של ממצאים סלקטיביים שנועדו להשפיע על החלטות הבוחרים.
- לאור החשואה בין הנתונים על חשיפה וסיפוקים של בוחרים ממסרים תעמולתיים במערכת הבחירות לכנסת העשירית ובין אלה שנאספו במערכות קודמות מזדקרות לעין שתי מגמות: לצד העמקת החשיפה למערכת הבחירות הלך שינויים בסיפוקים מן החשיפה: הסיפוקים הקוגניטיביים-אינפורמטיביים מפנים את מקומם לסיפוקים אסקפיסטיים-בידוריים. קשה לנתק את התמורות שחלו בדפוסי החשיפה מן התהליך הכולל של התמקצעות מסע הבחירות, שכן תשדירי הבחירות הממוקצעים, וסרטי הטלוויזיה הקצביים, מיטיבים לבדר את הבוחרים מאשר לספק להם מידע. ואולם, קשה גם לקבוע מה הן ההשלכות של "הסגנון החדש" ושל הסיפוקים המשתנים, עקב החשיפה למסע הבחירות, על יעילותה של התעמולה בהשפעה על עמדות הבוחרים.

הערות

- 1 את הסקר ערכו המכון הישראלי למחקר חברתי שימושי והמכון לקומוניקציה באוניברסיטה העברית.
- 2 בעקבות השיטה שנקט הליכוד במערכת הבחירות הקודמת, לפצל את זמן השידור לשלוש יחידות, מדי ערב, אימץ גם המערך את השיטה. שתי המפלגות הגדולות שידרו אפוא, מדי יום, שלושה תשדירים של שתיים עד שלוש דקות כל אחד. ההסדר בין הליכוד למערך קבע, שבערב שבו נפתחו המשדרים ביחידה של הליכוד הם ייתמזו בתשדיר של המערך ולהפך. השיקול לפצל את התעמולה מקורו ברצונן של המפלגות ליצור רושם של נוכחות מתמדת על המסך.
- 3 ייתכן שהגידול בהתייחסות לתעמולה כאל גורם בידורי הוא תוצאה של ההתרחבות והגיוון

שחלו במשך השנים בקהל הצופים. בבחירות לכנסת השביעית, שבהן נעשתה לראשונה שימוש בטלוויזיה, דיווחו 35% מן הנשאלים שאין להם מקלט (גורביץ, 1972). במרוצת השנים הפכה הטלוויזיה להיות מכשיר עממי יותר וקהל הצופים נעשה מגוון יותר. 4 מן הראוי לציין, שבבחירות לכנסת השמינית התאפשרה בדיקה כפולה, לפני ואחרי הבחירות, וכפי שמעידים הנתונים, כמעט שלא נמצאו הבדלים בציון הסיבות לצפייה.

ביבליוגרפיה

- אנסקי, אלכס.
1978 *מגירת הליכוד*. תל-אביב: זמורה, ביתן, מודן.
כהן, עקיבא ורובין ליבו.
1975 "הופעת המועמדים לכנסת השמינית ברדיו ובטלוויזיה — הערכה דיפרנציאלית". *מדינה*, ממחל ויחפים בינלאומיים, 7: 107—120.
- Agranoff, Robert.
1972 *The New Style in Election Campaigns*. Boston: Holbrook Press.
- Blumler, Jay G. & Elihu Katz (eds.),
1974 *The Uses of Mass Communications*. Beverly Hills: Sage.
- Elitzur, Judith & Elihu Katz.
1980 "The Media in the Israel Election of 1977". in: Asher Arian (ed.), *The Elections in Israel — 1977*. Jerusalem: Academic Press.
- Ellul, Jaques.
1973 *Propaganda: The Formation of Men's Attitudes*. New York: Vintage Books.
- Gurevitch, Michael.
1972 "Television in the Election Campaign: Its Audience and Functions", in: A. Arian (ed.), *The Elections in Israel — 1969*. Jerusalem: Academic Press.
- Katz Elihu.
1971 "Platforms and Windows: Reflections on the Role of Broadcasting in Election Campaigns". *Journalism Quarterly*, 48 n. 2 (Summer): 304—314.
1980 "On Conceptualizing Media Effects". *Studies in Communication*, vol. 1, 119—141.
- Lazarsfeld, Paul, Bernard Berelson & Hazel Gaudet.
1944 *The People's Choice: How the Voter Makes up his Mind in a Presidential Campaign*. New York: Duell, Sloan and Pearce.
- Paltiel, Khayyam Zeev.
1981 "Campaign Finance: Constraints, Practices and Reforms", in: David Butler, Howard R. Penniman & Austin Ranney (eds.), *Democracy at the Polls: A Comparative Study of Competitive National Elections*. Washington, D.C.: American Enterprise Institute.
- Penniman, Howard R.
1981 "Campaign Styles and Methods", in: David Butler, Howard R. Penniman & Austin Ranney (eds.), *op. cit.*
- Peri Yoram.
1975 "Television in the 1973 Election Campaign", in: Asher Arian (ed.), *The Elections in Israel — 1973*. Jerusalem: Academic Press.

